

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2018. *Manajemen Pemasaran*. PT. Mitra Utama, Jakarta.
- Abdullah, T. 2019. *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajawali Pers. Jakarta.
- Agarwal, M. 2020. Importance Of User Generated Content As A Part Of Social Media Marketing That Drives Customer's Brand Awareness And Purchase Intentions. *The International Journal of Analytical and Experimental Modal Analysis*, Vol. 7, No. (2) : 3071-3089.
- Alma, B. 2019. *Manajemen Pemasaran*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. 2021. Pengaruh Social Media Marketing dan E-WOM terhadap Minat Beli Produk. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 18, No. (3) : 379-391.
- Arikunto, S. 2019. *Perilaku Konsumen*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Buchari, A. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Davidaviciene, V, et al. 2019. Research on the Influence of Social Media on Generation Y Consumer Purchase Decisions. *Marketing and Management of Innovations*, Vol. 6, No (4) : 39-49.
- Deliyanti. 2019. *Manajemen Pemasaran Modern*. Bagian Penerbitan Laksbang Pressindo, Yogyakarta.
- Evans, L. 2018. *Social Media Marketing*. PT. Erlangga, Jakarta.
- Ferdinand, A. 2018. *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Bagian Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Firmansyah, M, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning And Strategy)*. Bagian Penerbitan Qiara Media, Surabaya.
- Ghozali, I. 2018. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Bagian Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gunelius, S. 2019. *30 Minute Social Media Marketing*. McGraw Hill, Amerika Serikat.
- J.Co Donuts & Coffee Cabang Kudus Tahun 2022.
- Kasmir. 2018. *Etika Customer Service*. PT. Rajawali Pers, Jakarta.

- Kurniasari, M & Budiatmo, A. 2018. Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2018*, Vol. 2, No. (2) : 1-7.
- Kompas. <https://www.google.com/search?q=kompas.com+jco+%26+donuts+cabang+kudus&sxsrf=>. diakses tanggal 25 desember 2022 pukul 22:00 WIB.
- Kotler & Keller. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Nabila, A, S & Ma'arif, N, N. 2021. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pem Belian Produk Brand Fashion M Erchè Di Kalangan Followers Instagram M Erche.Id. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 3, No. (9) : 67-83.
- Pratiwi, N & Yasa, N, K. 2019. The Effect of Store Atmosphere, Social Media Marketing, and Lifestyle on Purchase Decisions on Consumers of the Alleyway Cafe. *European Journal of Management and Marketing Studies*, No. 4, Vol. (4) : 85-100.
- Radarkudus. <https://www.google.com/search?q=radar+kudus+jco+%26+donuts+cabang+kudus&sxsrf=>. diakses tanggal 25 desember 2022 pukul 21:00 WIB.
- Salsabila, A, N. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Pelanggan Gen Z. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, Vol. 3 No. 1 : 1-12.
- Satriyo, S, et al. 2021. Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9, No. (4) : 1563-1571.
- Schiffman & Kanuk. 2018. *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Tecoalu, M., & Winoto T, H. 2021. The Effect Of Price Perception And Brand Awareness On Service Quality Mediated By Purchasing Decisions (Study Case on PT. Maybank Indonesia Finance Credit Products). *Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, Vo. 1, No. (4) : 183-195.
- Tjiptono, F. 2018. *Strategi Pemasaran*. Bagian Penerbitan Andi, Yogyakarta.

Tian, R, et al. 2022. Factors Affecting the Repurchase Intention of Organic Tea among Millennial Consumers: An Empirical Study. *Behavioral Sciences*, Vol. 12, No. (2) : 44-54.

Buku Pedoman Penulisan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus Tahun 2021.

